News Release

平成１６年7月３０日
経　済　産　業　省

平成１６年度「消費者志向優良企業等」の
経済産業大臣表彰（募集）について

経済産業省では、企業の消費者志向体制の一層の整備・充実を図ることを目的として、「消費者志向優良企業等表彰」を実施しており、平成１６年度の表彰対象企業等の募集を行います。
本事業は、近年、ますます多様化・個性化する消費者の行動やニーズを、的確かつ迅速に企業経営に反映させている先進的な企業、独自の消費者関連制度を実施することで優れた成果をあげている企業等を選考し、経済産業大臣が表彰するものです。

平成２年度の制度創設以来、本年度で１５回目を迎えました。また、平成１１年度に、企業表彰に加えて、個人・グループ表彰を創設。これまで、３９の企業、２４の個人・グループを表彰してきました。
過去に受賞された企業等におかれましては、受賞を契機に全社的な消費者志向経営推進へ向けて、更なる取り組みに邁進されております。

本年度から、実施要領を改正し、従来の「個人・グループ表彰」に替えて、「分野別表彰」を設けました。これにより、特定分野（①消費者相談分野②品質・安全分野③環境分野④啓発・教育分野）において先進的・独創的な消費者志向の取組みを推進する企業や、国内各地における地域の特性を踏まえ、または地域社会を基盤として、傑出した取組みを進める地域・中小企業等を積極的に顕彰することにより、企業の消費者志向の取組みの裾野を広げることを目指します。

つきましては、別紙の応募要領等をご参照頂き、奮ってご応募・推薦頂きますようお願いいたします。（表彰式は、平成１７年３月に行われる役員懇談会の席上で行われます。）

（本発表資料のお問い合わせ先）
商務流通グループ消費経済政策課
担当者：筑紫補佐、松橋係長
電話：０３－３５０１－１５１１（内４２８１～4）
　　　０３－３５０１－１９０５（直通）

消費者志向優良企業等表彰の応募・推薦要領

　応募にあたっては、別添参考「消費者志向優良企業等推薦要領」及び「消費者志向優良企業等に対する表彰実施要領」を参照して下さい。

１．応募・推薦書類等の書式
（１）用紙の大きさ：Ａ４版
（２）用紙の使い方：縦長方向
（３）綴　じ　方：左綴じ（左側約３㎝を余白とする）
（４）書　き　方：横書き

２．応募・推薦書類等の提出部数
（１）応募書類：１２部
（２）会社概要（パンフレット等）：１２部

３．応募・推薦書類等の受付期間
　平成１６年７月３０日（金）～９月３０日（木）（必着）

４．提出先及び連絡先
　財団法人日本産業協会（担当：斎藤、市島）
　〒 105-0001　東京都港区虎ノ門２－５－２１　寿ビル５Ｆ
　TEL：03-3501-7731 ／FAX：03-3506-0588

５．応募・推薦書類の作成要領
　別紙「消費者志向優良企業等選定に関する調査（質問）表」に回答する形式で、次の要領に従って作成して下さい。（作成要領も併せご参照下さい）
（１）回答は、作成要領を参考に、できるだけ事例あげて具体的に記述して下さい。
（２）各質問項目頃に３枚程度（Ａ４版・合計２０頁以内）で簡潔に纏めて下さい。
（３）回答を資料の添付により代えることはできるだけ避け、要約して記述して下さい。
（４）組織図、体制図等の図や表は、各質問項目の回答文ごとに添付して下さい。
（５）既受賞企業では、前回受賞時から見てその後の新たな取り組みや特に改善された点（他に比して特に優れている点）とその成果を重点的かつ具体的に記述して下さい。
（６）「分野別表彰」に応募される場合は、応募分野（①消費者相談②品質・安全③環境④啓発・教育のうちから選択）及び「消費者関連法令遵守のための体制の整備」について回答いただき、併せて応募分野以外の項目についても簡単に記述して下さい。
（７）担当者の氏名、連絡先、電話番号をご記入下さい。

６．その他
（１）申し込み費用及び審査費用は無料です。
（２）提出された応募書類等の返却はいたしません。
（３）提出された応募書類等は選定の目的以外には使用いたしません。

（応募様式）

平成　　年　　月　　日

財団法人　日本産業協会　御中

（企業・団体名）
（代　表　者　名）　　　　　　　　　　　　㊞

平成16年度消費者志向優良企業等表彰に下記の通り応募します。

１．応募する表彰の種類（〇印を付記して下さい）

⑴　総合表彰

⑵　分野別表彰

＊消費者相談分野

＊品質・安全分野

＊環境分野

＊啓発・教育分野

２．連絡先（ご担当者）

氏　名：

所属・役職名：

企業又は団体の住所：

電話番号：

ＦＡＸ番号：

E-mail アドレス：

（推薦様式）

平成　　年　　月　　日

財団法人　日本産業協会　御中

（企業・団体名）
（代　表　者　名）　　　　　　　　　㊞

平成16年度消費者志向優良企業等表彰に下記の通り推薦します。

1．被推薦企業等
企 業 等 の 名 称：
企業等の所在地：
2．応募する表彰の種類（○印を付記して下さい）
⑴　総合表彰
⑵　分野別表彰
＊消費者相談分野
＊品質・安全分野
＊環境分野
＊啓発・教育分野
3．連絡先（ご担当者）
氏　名：
所属・役職名：
企業又は団体の住所：
電話番号：
ＦＡＸ番号：
E-mail アドレス：

消費者志向優良企業等選定に関する調査（質問）表

Ⅰ　経営方針としての消費者志向重視の姿勢、体制について該当する項目について具体的にお答え下さい。

- 経営方針として，消費者志向重視の姿勢（消費者ニーズの反映，品質・安全性の向上，環境保全等）をどのようなかたちで表していますか。
- また，経営方針を，どのような方法で社員等および系列の販売会社，サービス会社等に徹底させ，かつ，どのような方法で確認していますか。
- 消費者関連部門並びに環境対策部門は経営組織（社内組織）の中でどのように格付けされ，どのような役割を果たしていますか。また，両部門の長または統括者に役員を置いていますか。置いている場合は，それぞれの役職及び具体的権限の内容を記述して下さい。
- 消費者関連部門に対する社員等の配置は，人事上どのような方針で行っていますか。

Ⅱ－１　消費者からの苦情・相談，消費者との紛争処理等への対応体制について具体的にお答え下さい。

- 消費者対応体制についての基本的考え方及び取り組みの内容について記述して下さい。
- 消費者関連部門には，消費生活に関連する専門知識を有する人材（消費生活アドバイザー等の資格取得者）を養成し，配属していますか。また，社員に対して資格取得のための支援措置や研修の機会を提供していますか。
- 本社の消費者関連部門と他の部門（営業部門，製造関連部門，支社，販売会社，サービス会社等）とは，どのような方法でどの程度連携を保っていますか。
- 消費者対応体制として，消費者苦情等消費者相談の日常の処理については，どのような基準をもち，どのように処理していますか。また，苦情処理マニュアルの有無，分類別件数，平均処理期間，苦情申立者との応対方法等についても記述して下さい。

Ⅱ－２　商品等の品質・安全性の管理及び保証体制等に対する取組みについて具体的にお答え下さい。

- 商品等の品質・安全性の管理・保証は，どのような体制で行っていますか。
- 自社内またはグループ企業間で，品質改善（性能向上，顧客満足度の向上，安全性の確保，不良品発生の予防等）等について，どのような対策を講じていますか。
- 商品等の取扱説明書の内容を理解しやすくするため，また，品質・安全性その他の表示等を見

やすくするため，どのような方法を講じていますか。

- 苦情処理，故障修理等に関するアフターサービスは，どのような方法で行っていますか。
- 商品やサービスについて，不具合や故障，事故が発生した場合の対応について，基準やマニュアルが策定されていますか。また，消費者への公表についてどのように対応していますか。

Ⅱ－３　地球温暖化の防止，リサイクルの推進等，環境対策への取組みと環境保全に対する消費者ニーズへの対応について具体的にお答え下さい。

- 環境に係る具体的な方針，行動計画等を策定していますか。また，それを公表していますか。
- 事務所，事業所におけるグリーン調達，省エネにどのように取組み，どのような成果を挙げていますか。
- 原材料，資材，商品の製造，または原材料，資材の調達等に際し，環境上の配慮をどのように行い，どのような成果を挙げていますか。
- 流通段階における包装，輸送等に関し，環境負荷の軽減や省エネの観点からどのような取り組みを行い，どのような成果を挙げていますか。
- 事務所，事業所から発生する廃棄物の軽減，処理，リサイクルの推進等について，どのように取り組み，どのような成果を挙げていますか。
- 商品等の廃棄物の軽減，処理，リサイクルの推進等消費の過程において，どのような環境上の配慮がなされ，どのような成果を挙げていますか。

Ⅱ－４　消費者ニーズの把握，消費者啓発，消費者への情報提供等の取り組みについて具体的にお答え下さい。

- 消費者ニーズや消費者問題に関連した各種情報（消費者苦情等消費者相談情報を含む）をどのような方法で収集，把握していますか。
- 上記の各種情報は，どのように整理のうえどのような分析をし，かつ，活用しやすいようどのように蓄積されていますか。（消費者苦情と問い合わせ等の消費者相談との区分整理の仕方についても記述して下さい）
- その整理分析した情報は，どのような方法で社長等経営者に報告していますか。また，この情報が，商品の開発・改善・表示等に具体的にどのような方法でフィードバックされ，かつ，どのような成果を挙げていますか。
- 商品等の購入，使用，取り扱い方法等の情報提供について，どのような考え方でどのように取り組んでいますか。また，その際，高齢者や障害者への配慮をしていますか。
- 消費者啓発活動をどのような方法でどの程度行い，かつ，どのような成果を挙げていますか。

• 地域や社会との共生を図る目的で，何らかの社会貢献活動を行っていますか。また，そのための仕組みや制度を有していますか。

Ⅲ　費者関連法令の遵守，消費者等とのトラブルの現状について具体的にお答え下さい。

• 法令遵守のため自主行動基準の策定や遵守のための何らかの方策が講じられていますか。具体的な方策等について記述して下さい。
• 遵守状況についての外部評価のための何らかの取り組みがなされていますか。
• 個人情報保護のための対策を講じていますか。
• 過去３年以内に，特定商取引法，割賦販売法，独占禁止法，電気用品安全法（旧電気用品取締法），製造物責任法（ＰＬ法）その他の消費者関連法令に違反した事実がありますか。違反した事実がある場合，その違反の内容，貴社のとった具体的対策等を記述して下さい。
• 過去３年以内に，地域住民，公共団体，消費者等と訴訟その他係争となり，または，現在係争となっている案件（軽微なものを除く）がありますか。案件がある場合，その案件の内容，経緯，現状，貴社の対応等についての概要を記述して下さい。
• 過去３年以内に，自社の責任により消費者問題等で社会問題となった案件がありますか。案件がある場合，その案件の内容，貴社の対応の詳細，現状（具体的改善策を含む)等を記述して下さい。
• 最も近い時点で，消費者が貴社の商品等の使用の過程において，商品等の欠陥等により損害が生じた事例がありますか。事例がある場合，その損害の内容（損害の程度および範囲を含む)，貴社の対応の詳細，現状(具体的改善策を含む)等を記述して下さい。

「消費者志向優良企業等選定に関する調査（質問）表」作成要領

【各設問について，下記の記載事例をご参考に夫々３枚程度に纏めて下さい。また，分野別表彰の場合も同様に，応募される分野および「消費者関連法令の遵守」について３枚程度に纏めて下さい。】

Ⅰ　経営方針としての消費者志向重視の姿勢，体制

具体的な経営方針の明確化

＊基本理念，基本方針，社是，自主行動基準，環境憲章などで明示(公表)している

徹底のための方策および確認方法

＊会社案内・社内報で公表している

＊社員手帳に記載，朝礼・社長訓示などで徹底している

消費者・環境部門の格付けと統括者としての役員の配置および役割と権限の内容

＊社長直轄の組織として社内のＣＳ推進の中核となり，役員（消費者担当取締役）を配置している

＊担当役員を通じて社長と直結し，他部門との調整権限，製造・販売の一時停止権限を有する

消費者関連部門への社員配置の人事方針

＊消費生活アドバイザー等消費生活関連専門資格を有する人材を優先的に配置している

Ⅱ－１　消費者対応体制の確立

消費者対応体制に対する基本的考え方と取り組み

＊社員のＣＳ意識向上のための基本として位置付けている

＊営業・開発部門からは独立させ，消費者とのパイプ役として機能させている

消費者関連部門における社員等の配置および人材養成

＊消費生活アドバイザーなど消費生活関連専門資格を有する人材（○名）を配置し，コールセンターの管理や情報収集を行う

＊消費者関連部門管理職に女性社員を登用している

＊消費生活関連専門資格の取得を奨励するとともに，取得に際して情報提供や事前研修などの支援措置を講じている

本社消費者関連部門と他部門，支社および販売会社等との連携の方法および頻度

＊四半期毎に社長を委員長とする組織横断的な委員会を開催している

＊毎月，消費者担当部門が主催して関連部門との情報交換会を開催している

＊隔月毎に，本・支社間で担当役員による情報交換のための会議を開催している

消費者苦情等，消費者相談の日常の対応

＊「お客様相談室」を設置し，問い合わせや苦情・相談の受付窓口としている
（相談受付時間・方法・件数・処理期間，配置人員数，相談分野・範囲など）

＊処理マニュアルを作成するとともに，相談・対応記録をデータベース化している

＊データはイントラネットで社長以下，全社員が共有している

＊ＪＩＳ規格「苦情対応マネジメントシステムの指針」を採用し，とくに【苦情対応責任者の業務】については厳格に適用している

＊ＡＤＲ（裁判外紛争処理）のための仕組みを導入している

Ⅱ－２　商品などの品質・安全性の管理・保証体制

品質や安全性の管理体制と取り組み方法

＊専門の管理部門を設置するとともに，第三者機関によるチェックを行う

＊ ISO「9000シリーズ（品質管理及び品質保証システム）」の認証を取得している

品質改善のための具体的対策

＊品質目標を設定し，品質確保に万全を期している

＊ HACCP（食品衛生管理基準）よりも厳しい自主基準を策定している

取り扱い説明書・品質表示などを見易くするための方策

＊外部モニターや消費生活関連専門資格者の意見を反映させている

＊関係部門による検討委員会を設け，定期的な見直しを行う

苦情処理などアフターサービスの方法

＊苦情処理に関するマニュアルを作成，処理手順に万全を期している

＊代理店教育を徹底し，定期的に顧客（利用者）を訪問させている

事故発生時の対応とディスクローズ

＊リスク管理を徹底し，即時に全社的対応がとれる体制を確立している

＊担当役員を中心に関連部門が一体となり，リコール情報などの開示を徹底

Ⅱ－３　環境対策への取り組みと環境保全に対する消費者ニーズへの対応

環境問題に係る方針・行動計画とその公表

＊ ISO「14000 シリーズ（環境管理システム）」の認証を取得している

＊環境会計を導入するとともに毎年，環境報告書を作成し一般に公表している

事務所・事業所におけるグリーン調達・省エネの取り組みと成果

＊経営における環境問題の中核と位置付け，方針・目標設定・部門間調整を図る

＊関係部門で構成する「環境問題委員会」を設置し，それぞれ問題点を提起する

商品の製造・加工および素材の調達に際しての環境への配慮と成果

＊取引先の選定に当たり，当該企業の環境問題に関する取り組みに配慮している

＊原材料仕入れ基準を設け，環境問題に十分配慮した仕入れを行っている

流通段階における包装・輸送での環境対策と成果

＊容器包装リサイクルの目指す再商品化に向けて，容器包装の軽量化に取り組む

＊共同配送により輸送部門での省エネを徹底している

事務所・事業所から発生する廃棄物の軽減・リサイクルなどの環境対策と成果

＊環境管理システムを構築，さまざまな段階での環境への負荷に配慮している

＊「ゼロエミッション」とともに流通段階での包装廃棄物ゼロに取り組んでいる

消費過程における環境対策と成果

＊容器包装の軽量化に取り組んでいる

＊紙パックのリサイクルを「消費者セミナー」などを通じて推進している

Ⅱ－４　消費者ニーズの把握と消費者啓発活動および消費者への情報提供

情報収集の方法と収集量

＊「お客様相談室」で各種情報（年間：〇〇〇件）をデータベース化している

＊外部モニターや消費者関連団体に依頼して消費者ニーズを把握している

情報の整理・分析・活用・蓄積方法

＊関連部門との調整・連携を図り，情報を整理・分析している

＊分析結果を社内 LAN により告知し，社員全員が情報を共有化する

情報の役員等への報告とフィードバック

＊分析結果を定期的に担当役員へ報告するシステムを確立している

＊緊急の案件は直接，社長に報告し経営会議などに反映させている

＊収集した情報は分野毎に整理，関連部門において分析を行い商品開発などに活かしている

商品などに関する情報の提供

＊サービスに関連する法律問題を簡単なパンフにまとめ，消費者に提供している

＊高齢者や障害者向けの取り扱い説明書を作成，利用に供している

消費者啓発活動の方法・頻度・成果など

＊毎年，地域住民を対象とした工場見学会を開催し，企業活動情報を提供している

＊行政機関主催の消費者セミナーに講師を派遣するとともに資料を提供している

社会貢献活動の有無と仕組み・制度

＊社員の社会貢献活動への参加に際しては，特別休暇を与えるなど積極的に奨励している

＊地域の社会・福祉・文化活動には，社会貢献事業の一環として全社を挙げて参加している

Ⅲ　消費者関連法令の遵守・消費者などとのトラブル

法令遵守（コンプライアンス）のための体制整備

＊全社員を対象に，消費者関連法令に関する研修の受講を義務付けている

＊公益通報（内部告発）に係るヘルプラインを確立している

法令遵守の状況に関する外部評価の取り組み

＊自主行動基準の遵守状況について，第三者機関による定期的な評価を受けている

＊消費者モニターを活用し，営業・広告表示などのチェックを受けている

個人情報保護のための対策

＊個人情報保護のための方針を策定し，責任者を設置している

＊個人情報の取り扱いについて，関連部門間相互のチェックシステムを設けている

過去３年以内に発生した法律違反案件

＊違反の有無，内容と具体的対応策

過去３年以内に発生した訴訟・係争案件

＊事案の有無，内容と具体的対応策

過去３年以内に社会問題化した案件

＊案件の有無，内容と具体的対応策

商品などの欠陥により損害が生じた直近事例

＊事例の有無，内容と具体的対応策

（注）　分野別表彰に応募される場合の上記各項目の作成要領

分野別表彰に応募される場合には，応募される分野及びⅢ（法令の遵守等）以外の上記各項目について必ずしも詳細な記載は必要ありません。基本的には，社内外に公表されている資料又は情報をベースとした内容で結構です。

消費者志向優良企業等推薦要領

平 成 16 年 7 月 8 日
財団法人　日本産業協会

平成16年７月７日，経済産業省が定めた「消費者志向優良企業等に対する表彰実施要領」に基づき，表彰候補を経済産業大臣に推薦する要領を下記のとおり定める。

記

１．推薦基準

⑴　総合表彰

消費者志向体制が整備されている等極めて優良である企業として，次の各号に掲げる基準に該当する企業。

Ⅰ　経営方針として，消費者志向重視の姿勢があらわれていること。

- 経営方針として消費者志向重視の姿勢（消費者ニーズの反映，品質・安全性の向上，環境保全等）が社是，社訓，自主行動基準その他に明確に表明され，かつ，社員等及び系列の販売会社，サービス会社等に徹底させ，どのような方法で確認しているか。
- 消費者関連部門並びに環境対策部門の長又は統括者に役員を置いているか。また，これらの部門の統括，他の部門との調整等についてどのような権限が与えられているか。
- 消費者関連部門に社員等を配置する場合の人事政策上の方針として，消費者志向重視の姿勢があらわれているか。

Ⅱ－１　消費者対応体制が整備され，かつ，消費者ニーズの把握など有効に機能していること。

- 経営組織の中で，消費者関連部門に対し，重要かつ積極的な位置づけを与えているか。また，十分な人員を配置しているか。
- 消費生活関連部門には，消費生活に関連する専門知識を有する人材（消費生活アドバイザー等の資格取得者）を養成し，配属しているか。また，社員に対して資格取得のための支援措置や研修の機会を提供しているか。
- 消費者指向体制として，本社の消費者関連部門と他の部門（営業部門，製造部門，環境対策部門，支社，販売会社，代理店等）とは緊密な連携を保っているか。
- 消費者苦情等消費者相談の日常の処理について，適切な基準をもち，迅速かつ的確に処理が

行われているか。

Ⅱ－２　商品等の品質・安全性の管理及び保証体制等が整備されていること。

- 商品等の品質・安全性の管理及び保証体制が整っているか。
- 品質改善，性能向上，安全性の確保，不良品発生の予防等について，品質・安全性管理に係る処置が適切に行われているか。
- 商品等の取扱説明書や品質・安全性その他の表示等の理解や見やすくするための努力がなされているか。
- 商品・サービス等の苦情処理，故障修理に係るアフターサービスに関する対応が適切に行われているか。
- 商品やサービスについて，不具合や故障，事故が発生した場合の対応について，基準やマニュアルが策定されているか。また，消費者への公表が適切に行われるようになっているか。

Ⅱ－３　地球温暖化の防止，リサイクルの推進等の環境対策に積極的に取り組むことにより，環境保全に対する消費者ニーズに的確に対応していること。

- 環境対策に係る具体的な方針，行動計画等を策定し，公表しているか。
- 事務所，事業所におけるグリーン調達や省エネに積極的に取り組み，成果を挙げているか。
- 原材料，資材，商品の製造，または原材料，資材の調達等に際し，環境上の配慮を行い，成果を挙げているか。
- 流通段階における包装，輸送等に関し，環境負荷の軽減や省エネの観点から積極的に取り組み成果を挙げているか。
- 事務所，事業所から発生する廃棄物の軽減，処理，リサイクルの推進等について積極的に取り組み成果を挙げているか。
- 商品等の廃棄物の軽減，処理，リサイクルの推進等消費の過程における，環境上の配慮がなされ，成果を挙げているか。

Ⅱ－４　消費者ニーズ把握と消費者啓発活動，商品等に関する消費者への情報提供が適切に行われていること。

- 社内外の消費者関連情報等消費者ニーズの把握に有効と思われる各種情報の収集手段・制度が充実しているか。
- 収集した各種情報は，適切に整理分析され，かつ，活用しやすいよう蓄積されているか。
- 整理分析した情報を，適切に社長等経営者に報告しているか。
- 整理分析した情報を，商品等の開発，改善，表示等に適切にフィードバックし，成果を挙げているか。
- 商品等の購入，使用，取り扱い方法，サービス提供の条件等について，消費者に配慮した情

報提供を十分かつ適切に行っているか。
- 消費者啓発活動の手段・制度が充実し，かつ実効を挙げているか。
- 地域や社会との共生を図るため，社会貢献活動を行っているか。また，そのための仕組み・制度があるか。

Ⅲ　消費者関連法令遵守のための体制が整備され，過去３年以内に重大な消費者トラブルが生じていないこと。
- 法令遵守のための自主行動基準の策定等の方策を講じているか。
- 法令遵守状況等について，外部評価のための取り組みがなされているか。
- 個人情報保護のための対策を講じているか。
- 過去３年以内に生じた法令違反，消費者トラブル等について，事後速やかに適切な処理がなされ，再発防止のための適切な対策をとっているか。

⑵　分野別表彰

①　消費者相談分野

（企業内の消費者相談部門の地位向上に貢献）
- 消費者相談室の創設，充実
- 相談窓口の人材養成
- 消費者への的確な情報の提供と接遇
- 経営へのフィードバックシステムの構築　等

（苦情処理体制の確立に貢献）
- 苦情等への迅速，的確な対応ができるような仕組み・体制づくり
- 情等の情報収集，内容の分析，それにもとづく商品・サービスの改善
- データベースの構築などによる社内の情報共有化　等

②　品質・安全分野

（品質・安全性への貢献）
- 商品テストの創設，充実
- 使う人の立場に立った新商品の開発（高齢者，身障者の視点に立った新商品開発等も含む）
- 製品・サービスの品質基準や安全使用の手引き等の作成
- 消費者にわかりやすい表示，取扱説明書，マニュアル等の考案・企画・製作　等

③　環境分野

（環境対策，環境保全への貢献）
- 廃棄物の削減，再利用についての工夫，実現

• 使用済み商品の回収・リサイクルの仕組みについての考案，実現

• 事業所周辺の地域社会における環境保全に対する指導的活動

• 環境に配慮した製品の開発　等

④　啓発・教育分野

（消費者意識の向上や社員教育に貢献）

• 消費者啓発資料の作成，提供

• 消費者啓発のための講習会・展示会等の企画，実施

• 消費者教育活動

• 社員教育，研修の企画，実施　等

2．推薦企業等の選定方法

⑴　選定対象

①　総合表彰

独自又は関係団体の推薦等により，別に定める調査（質問）票に回答した企業とする。

②　分野別表彰

（同上）

⑵　選定委員会の設置

(財)日本産業協会に「消費者志向優良企業等選定委員会」を置く。

⑶　選定委員会の構成

選定委員会は，11名以内とし，学識経験者，報道関係者及び消費者により構成する。

⑷　選定の方法

選定委員会は，審査を行うにあたっては１．の推薦基準に従い，「消費者志向優良企業等の審査について」を別途定め，必要かつ十分な審査（総合表彰は実地調査，分野別表彰は面接調査を含む。）を行い推薦企業等を選定する。この場合,「製造業」,「流通業」及び「サービス業その他」の業種の特性を踏まえるとともに，地域・中小企業については，地域の特性や企業規模に配慮して選考するものとする。

⑸　選定資料等の取扱い

選定委員会及び関係者は，選定のために知り得た情報，資料等の内容を，選定の目的以外には使用してはならないものとする。

⑹　選定委員会の運営

選定委員会の運営に必要な事項は別に定める。

3．公募の方法

公募は，可能な限り広範な企業に通知するほか，報道機関，関係団体等を通じて行う。

4．公募の期間

応募・推薦要領に別途掲載するものとする。

参　考

消費者志向優良企業等に対する表彰実施要領

平成16年７月７日
経 済 産 業 省

１．趣　旨

多様化，個性化する消費者の行動やニーズを的確かつ迅速に処理し，これを企業経営に反映させるとともに，消費者からの苦情相談についても適切な対応を図るために，独自の消費者関連制度を考案，実施する等により優れた成果をあげている企業等を表彰し，広くこれを公表することによって，⑴企業等に対しては，消費者関連部門の地位向上をはじめとする消費者志向体制の一層の整備，充実を促すとともに，⑵消費者に対しては，企業内に消費者相談窓口等消費者対応部門が設置されていること等を周知させることを目的とする。

２．実施については，原則として以下により行うものとする。

⑴　表彰の種類及び表彰数は，次のとおりとする。

表彰の種類		表彰数
経済産業大臣表彰	（総合表彰）	４以内
	（分野別表彰）	10以内

⑵　表彰は，毎年１回（財）日本産業協会の推薦を得て経済産業大臣の選考により行うものとする。

⑶　表彰は，毎年経済産業省が開催する消費者担当役員懇談会の席上において，行うものとする。

３．選考基準

⑴　総合表彰

消費者志向体制が整備されている等極めて優良として，次の各号に掲げる基準に該当し，（財）日本産業協会が一定の基準により推薦する企業等の中から経済産業大臣が表彰するにふさわしいものを選考する。

①　経営方針として消費者志向重視の姿勢があらわれていること。

②　消費者ニーズの把握が十分に行われていること。

③　消費者啓発活動，商品等に関する消費者への情報提供が適切に行われていること。

④　商品等の品質管理体制，品質保証体制等が整っていること。

⑤　地球温暖化の防止，リサイクルの推進等の環境対策に積極的に取り組むことにより，環境保全に対する消費者ニーズに的確に対応していること。

⑥　消費者対応体制が整備され，かつ有効に機能していること。

⑦　消費生活アドバイザー等資格取得者を活用していること。

⑵　分野別表彰

企業等の消費者志向体制の整備のうち，以下の消費者関連分野への取り組みの実績が高く評価され，(財)日本産業協会が一定の基準により推薦する企業等の中から経済産業大臣が表彰するにふさわしいものを選考する。

①　消費者相談分野

②　品質・安全分野

③　環境分野

④　啓発・教育分野

⑶　上記各表彰の選考は，「製造業」，「流通業」及び「サービス業その他」の業種の特性を踏まえて行うものとする。また，地域・中小企業については，地域の特性や企業規模に配慮して選考を行うものとする。

4．公　表

表彰企業名等及び当該企業の消費者志向体制の内容等については，可能な範囲で公表を行う。

5．その他

表彰企業等が消費者関連法令への重大な違反行為をし又は本制度の信用を著しく失墜する行為をした場合は，表彰を取り消すことができる。

附　則

この要領は平成16年７月７日から適用する。

（参考）

平成１６年度受賞企業選定理由

〇株式会社資生堂（代表取締役社長　池田　守男）

※同社は平成１０年度に本表彰を受賞しており、今回で２度目の受賞となる。

・前回受賞時、コンシューマーズセンターを本社スタッフ部門として位置づけ、消費者の意見・要望を企業活動に反映させている点が評価されたが、受賞以降、更に消費者サービスの向上を図るため、問い合わせに３６５日・２４時間対応可能な体制を実現させた(注)。コンシューマーズセンターの業務は内容についても苦情対応、行政対応、社会貢献等の対外的業務だけでなく、消費者からの声を商品開発へ反映させ、発売前の商品事前チェックを行う等社内業務の改善につなげている。

(注)前回受賞時は、９時～１９時まで社員が受付、それ以外はガイダンスによる自動音声受付。

・前回受賞時、「商品エコスタンダード」を制定するとともに、物流・販売拠点においても環境管理マニュアルを作成し、全社的環境マネジメントシステムに取り組んでいる点が評価されたが、受賞以降、オフィス内ペーパーレス化や販売員制服の再生繊維の再利用、営業車の低公害車への切り替えを推進。新たな取り組みとして、原料や製造、表示に関する世界各国の法規制や安全基準を上回る独自の保証基準を設定している。

・消費者基点の新たな取組みとして、生産体制を従来の大量生産、大量流通から手作り型「匠工房」を発足するなど無駄を省く努力を行っている。

また、消費者志向の社内浸透の旗振り役である「コードリーダー」６００名を現場に配置し、社員教育に力を注ぐとともに、コンプライアンス実現度調査を行い、罰則規定を制定するなど、消費者志向の理念を現場の社員まで徹底させている。

〇プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インク

（代表取締役社長　ヴァーナー・ガイスラー）

・ 消費者関連部門を、社長直轄とし、担当者には採用の段階から専門知識を持ち、

製品の品質・サービス向上に意欲を持つ人材を充てている。
また、過去９年間分のデータを保管・管理しており、苦情を寄せた消費者に改良品を体験してもらうなど、蓄積したデータを商品改良や新製品開発に積極的に活かしている。

・環境への取組として、独自の環境マネジメントシステムを運用、ISO14001 を上回るマネジメントを目指している。
・法令遵守の自主基準を作成し、製品処方、包装デザイン、消費者向けキャンペーンなどに際してもあらかじめ法務部門と協議する体制を構築している。

<u>○株式会社ふくや</u>（代表取締役社長　川原　正孝）

・製品の品質確保、消費者の声のフィードバックに熱心で、消費者志向を社員からパート、アルバイトまで徹底させている。また、女性社員の登用に積極的で、育児休暇の 100%取得の推進を図るなど顧客満足の前提となる従業員満足への対応が行き届いている。
・ 平成１１年に、ISO14001 認証を取得、環境方針書に基づいて省資源、省エネ、リサイクル推進などに取組み、地域社会への汚染防止、環境方針の一般公開を行っている。

功労者表彰受賞理由

<u>○医療法人財団献心会川越胃腸病院　医療サービス対応事務局</u>
（受賞代表者：常務理事　須藤　秀一）

・病院特有の縦割り組織の弊害をなくすため、部門や委員会を横断的に調整し、顧客満足のコーディネーターとしての役割を持っている。
・対応事務局の会議に、一般職員が自由に参加して討議に加わることのできるオブザーバー制度を設け、職員の患者志向の意識の拡大を図っている。
・患者から寄せられる医師に対するクレームについても、医師本人だけでなく職員にも伝達し、「患者様の声」として掲示を行い、医師を含む病院職員の意識改革に大きく貢献している。